



Die «Story of Strategy» der Vereinigung Rettungssanitäter Schweiz

Vision als ständiges Ziel

«Die Vereinigung Rettungssanitäter Schweiz VRS schafft günstige Voraussetzungen im Gesundheitswesen, der Politik und der Gesellschaft für die Entwicklung der Berufe im Rettungswesen Schweiz»

Mit der Vision hat die Vereinigung Rettungssanitäter Schweiz (VRS) den Idealzustand festgelegt, den sie in der Zukunft mit ihrem Wirken erreichen will. Die Vision stellt den Rahmen der vorliegenden Strategie dar.

Nachhaltige Finanzierung sichern

Um ihren Zweck erfüllen zu können ist die Verfügbarkeit von genügend finanziellen Mitteln für die VRS von zentraler strategischer Bedeutung. Die Mittel müssen dabei so bemessen sein, dass die Finanzierung jeweils für einen bestimmten Zeithorizont gesichert ist. Dieses Ziel soll auf strategischer Ebene durch drei Einflussfaktoren erreicht werden:

- Eine Steigerung der Zahl von Mitgliedern führt zu zusätzlichen Einnahmen durch Mitgliederbeiträge,
- die optimale Ausschöpfung des Werbemarktes sorgt für zusätzliche Erträge,
- der erhöhte Anteil bei der Leistungserbringung durch Freiwillige verringert den Aufwand.

Wachsen durch Mitglieder

Für die VRS bedeutet Wachstum in erster Linie eine Steigerung der Zahl an Mitgliedern. Dadurch lassen sich wie bereits dargelegt zusätzliche finanzielle Mittel generieren und gleichzeitig wächst die Bedeutung des Verbandes bei seinen Stakeholdern und er kann so die Interessen seiner Mitglieder besser vertreten. Die Steigerung der Zahl an Mitglieder soll erreicht werden durch:

- Die Wertangebote sollen in erster Linie zur Akquirierung von Neu-Mitgliedern beitragen. Ihre Attraktivität ist demzufolge auf dieses Zielpublikum, mit Fokus auf junge Generationen, zu optimieren,
- bei den etablierten Mitgliedern sollen die Identifikation und die emotionale Bindung zum Verband verstärkt werden. Einerseits soll damit erreicht werden, dass sie Mitglieder bleiben und andererseits bei den Nicht-Mitgliedern unter den Rettungs- und Transportsanitäter/innen zu Botschafter der VRS und deren Sektionen werden.

Mitglieder stärker binden

Das eigentliche Kerngeschäft der VRS ist die regionale und gesamtschweizerische Interessensvertretung im intermediären System aus Politik, Gesundheitswesen, Medien und Öffentlichkeit. Aus dieser Aktivität resultierend, sieht wohl das Gros der Mitglieder den eigentlichen Nutzen des Verbandes und damit seine Legimitation.

Wichtig für die Zufriedenheit der Mitglieder ist dabei, dass sie sich über das Geschehen im Verband und den Sektionen gut informiert fühlen. Damit können die Identifikation und die emotionale Bindung zum Verband gestärkt werden. Dies soll erreicht werden durch:

- Die Mitglieder sind über die erreichten Ergebnisse im bei der Interessensvertretung gemäss Art. 2 der Statuten, seien es nun Erfolge oder Misserfolge, aktuell, offen und verständlich zu informieren. Dazu werden zeitgemässe Kanäle genutzt,
- zusätzlich zu den (Gross-) Veranstaltungen sind kleinere Anlässe in den Regionen durchzuführen (VRS im Dialog). Mit der Schaffung dieser zusätzlichen Plattformen soll der Erfahrungsaustausch und die Pflege der Kontakte unter den Mitgliedern ermöglicht werden,



- die VRS-eigenen Medien sind verstärkt auf die (regionalen) Zielgruppen zu fokussieren. Das Magazin, die Website, Mailings, die App etc. bieten dazu unterschiedliche Chancen und Möglichkeiten,
- neue Formen der Mitgliedschaft werden geprüft.

Verankerung in den Regionen

Die Schaffung von regionalen Strukturen unter dem Dach der VRS, durch die Gründung neuer Sektionen, soll ebenfalls zu einer erhöhten Zufriedenheit der Mitglieder beitragen und die Bindung zum Verband stärken.

Beim Aufbau neuer Sektionen ist darauf zu achten, dass diese eine grosse Eigenständigkeit erhalten. Dies sollte auch von den Mitgliedern so wahrgenommen werden. Dies führt zu einer nachhaltigeren Bindung der Mitglieder zum Verband, als wenn deren Erwartungen in erster Linie an Individualleistungen geknüpft wären. Ebenfalls soll via die Sektionen die Anzahl freiwillig für den Verband tätigen Personen wachsen und die Reaktionsfähigkeit auf aktuell aufkommende, regionale Themen verbessert werden.

Freiwilligenarbeit attraktiv machen

Zusätzlich muss jedoch die VRS weiterhin strukturelle und kulturelle Anpassungen vornehmen, um den Mitgliedern zu ermöglichen, mit dem nötigen Freiraum in Fachkommissionen und Projektgruppen mitzuarbeiten. Damit soll u.a. die Innovation gefördert werden.

Für die individuelle Zufriedenheit der Mitglieder mit dem Verband kann es bereits wichtig sein, die Möglichkeit des Mitwirkens zu haben, ohne diese auch tatsächlich zu nutzen. Die weiteren strategischen Elemente, die zu einem Anstieg von Freiwilligenarbeit führen können, sind:

- Die Freiwilligenarbeit soll ein Gefühl von Zugehörigkeit, Wirksamkeit und Anerkennung schaffen - zu diesem Gefühl beitragen wird die offene Feedback- und Dialogkultur,
- die Zusammenarbeit in und zwischen den verschiedenen Arbeitsgruppen soll zeit- und ortsunabhängig erfolgen können. So kann dem Arbeitsrhythmus von Rettungs- und Transportsanitäter/innen besser entsprochen werden und der zeitlichen Ausdehnung von Projektarbeiten entgegengesteuert werden.

Ständige Verbesserung anstreben

Die Ergebnisse der Verbandstätigkeit sind in geeigneter Weise zu bewerten. Auf der Grundlage dieser Erkenntnisse sind Möglichkeiten für Verbesserungen zu erschliessen. Dieser Lernprozess setzt eine offene Feedback- und Dialogkultur voraus sowie das Vorhandensein von aktuellen und auf Richtigkeit geprüften Daten und Informationen (Zahlen, Budget, etc.). Um priorisierte Verbesserungen umzusetzen, sind in der Regel Ressourcen notwendig in Form von finanziellen Mittel und qualifizierter Arbeitsleistung. Damit schliesst sich der Kreis.